Monographie de l'industrie acéricole

au Québec

Ministère
de l'Agriculture,
des Pêcheries
et de l'Alimentation
Québec

Monographie de l'industrie acéricole au Québec

Nous remercions les nombreux intervenants et intervenantes qui ont rendu possible la réalisation de la *Monographie de l'industrie acéricole au Québec*. Sans leur appui et leur persévérance, cette étude n'aurait pu être menée à terme.

Direction de la recherche économique

Julie Labrecque	⇨	Conception, coordination, rédaction et recherche
Julie Ouellet et Claire Bard	⇨	Rédaction et recherche
Pauline Brassard	⇨	Recherche
Céline Nicole et Marie-Claude Rioux	⇨	Soutien technique

Direction de la transformation alimentaire et des marchés

Jean-Marie Labrecque	⇨	Rédaction et recherche

Direction des politiques sur la gestion des risques

Claude Deschênes	⇨	Rédaction et recherche

Direction de l'appui à l'inspection des aliments

Line Beaumont	⇨	Rédaction et recherche

Direction des communications

Jean-Jacques Savard	⇨	Conception de la couverture

Dépôt légal
Bibliothèque nationale du Québec
3e trimestre 2002
ISBN 2-55039979-X **02-0140**

106-0 5898 /

Table des matières

AVANT-PROPOS **5**

1. LES MARCHÉS **7**

1.1 Marché mondial 7
1.2 Consommation 7
1.2.1 Consommation apparente *7*
1.2.2 Facteurs influençant la consommation de produits acéricoles *9*
1.2.3 Constats de la consommation *10*
1.3 Échanges commerciaux 11
1.3.1 Exportations *11*
1.3.2 Pays acheteurs *14*
1.3.3 Constats des marchés *15*

2. LA PRODUCTION **17**

2.1 Portrait du secteur acéricole 17
2.2 Production mondiale 22
2.3 Aspects financiers 23
2.4 Constats 24

3. L'ORGANISATION DE LA MISE EN MARCHÉ AU QUÉBEC **25**

3.1 Évolution du prix 25
3.2 Écoulement des produits acéricoles 26
3.3 Structure de la mise en marché 27
3.4 Promotion 29
3.5 Qualité 30
3.6 Constats 30

4. LA TRANSFORMATION **33**

4.1 Caractéristiques structurelles de la transformation 33
4.2 Portrait de l'industrie de la transformation 34
4.3 Livraisons 35
4.4 Marchés des produits transformés 35
4.5 Constats 36

5. LA RECHERCHE EN ACÉRICULTURE ET SUR LES PRODUITS DE L'ÉRABLE **37**

5.1 Centre ACER 37
5.2 Recherche universitaire 37
5.3 Recherche par le gouvernement fédéral 38
5.4 Recherche par le secteur privé 39
5.5 Recherche nord-américaine 39
5.6 Constats 39

6. FILIÈRE ACÉRICOLE **41**

6.1 Les constats 41

BIBLIOGRAPHIE **43**

ANNEXES **45**

AVANT-PROPOS

La présente étude s'inscrit dans la démarche d'examen des résultats produits par le Plan conjoint des producteurs acéricoles que la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec (RMAAQ) a entreprise. En effet, selon l'article 62 de la *Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche*, la RMAAQ est tenue de procéder à une évaluation quinquennale des interventions des plans conjoints.

C'est dans ce contexte que la RMAAQ a demandé la collaboration de la Direction de la recherche économique, du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), afin que cette dernière réalise un profil sectoriel de l'industrie acéricole. Ce profil, qui porte le nom de *Monographie de l'industrie acéricole*, vise à stimuler la réflexion des divers intervenants du secteur qui seront conviés à participer à l'examen du Plan conjoint.

1. LES MARCHÉS

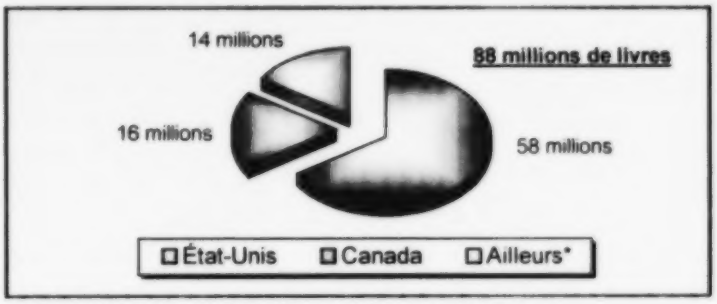
1.1 Marché mondial

L'industrie acéricole est concentrée sur le territoire Nord-Est de l'Amérique du Nord. Le Canada produit 85 % du sirop d'érable de la planète et, les États-Unis, le reste. Les provinces productrices sont le Québec, avec 93 % (80 % de la production mondiale) de la production canadienne, suivi de l'Ontario (5 %) et du Nouveau-Brunswick (2 %).

En 1995, la demande mondiale pour les produits de l'érable était estimée à près de 75 millions de livres de sirop. Il n'existe aucune donnée officielle pour l'année 2001, mais nous pouvons faire une estimation à partir des chiffres de la production mondiale, des exportations et de la consommation. À partir de ces chiffres, nous avons estimé la demande mondiale, en 2001, à près de 88 millions de livres (Graphique 1).

Graphique 1

Estimation de la demande mondiale (en livres)
2001



**Ailleurs : Europe, Asie, Océanie, Afrique, Amérique du Sud et Mexique*

Sources : - Statistique Canada.
- National Agricultural Statistics Service, USA.
- Economic Research Service, USDA.

1.2 Consommation

1.2.1 Consommation apparente

Le sirop d'érable, produit sucrant unique et original de l'Amérique du Nord, reste encore méconnu des consommateurs canadiens. Tant au Canada qu'au Québec, la consommation apparente est relativement faible par rapport à celle du miel ou du sucre raffiné. En 2001, le Québécois consommait 162 fois plus de sucre raffiné et 4 fois plus de miel que de sucre d'érable (Tableau 1). Au Canada, la situation est encore plus marquée puisque la quantité de sucre raffiné absorbée par le consommateur (38,44 kg/personne) est 240 fois plus importante que la quantité de sucre d'érable (0,16 kg/personne). Faut-il y voir des occasions de marché à saisir, un potentiel à combler? On peut affirmer que le potentiel de la consommation canadienne de produits acéricoles est très important, même s'il est impossible de le quantifier pour le moment.

Tableau 1 : **Consommation québécoise apparente[1] de sucre raffiné, de miel et de sucre d'érable - par personne, en kilogrammes**

ANNÉE	SUCRE RAFFINÉ [2]	MIEL	SUCRE D'ÉRABLE [3]
1997	34,53	0,87	0,19
1998	33,02	1,29	0,15
1999	33,55	0,87	0,13
2000	35,35	0,66	0,24
2001	34,06	0,82	0,21

1. *Résultat du calcul de l'offre nette du produit, divisée par la population canadienne et multipliée par le facteur-goût attribué au Québec.*
2. *Inclut le sucre destiné aux ménages et aux entreprises (pâtisserie et confiserie).*
3. *Tous les produits (tire, beurre et sirop) sont convertis en équivalent de sucre d'érable, exprimés en kilogrammes.*

Sources : - Statistique Canada, Consommation des aliments au Canada.
- Statistique Canada, Dépenses alimentaires des familles au Canada, 1996.
- MAPAQ, Direction de la recherche économique.

Malgré une tendance à la hausse (11 %) entre 1997 et 2001, la consommation québécoise de produits de l'érable varie selon le rythme des prix. Lorsqu'il y a surproduction, les prix moyens pondérés sont généralement à la baisse. Par exemple, en 2000, lorsque l'industrie acéricole a enregistré une année record avec une augmentation de 32 % de sa production, les prix ont chuté de 16 % et la consommation est passée de 0,13 kg/personne à 0,24 kg/personne. Par ailleurs, en 2001, avec une baisse de la production et une augmentation des prix, la consommation a diminué à 0,21 kg/personne.

Même si les produits acéricoles occupent une place privilégiée auprès de certains consommateurs, ils doivent cependant concurrencer les produits sucrants moins coûteux comme le miel, le sucre granulé, etc. Les résultats d'une petite enquête, non scientifique, réalisée dans deux supermarchés de Québec, en mai 2002, indiquent que le sirop d'érable vendu en petit contenant (conserve) est le plus coûteux des aliments sucrants et se vend jusqu'à plus de cinq fois, le prix du sucre blanc (Tableau 2).

Tableau 2 : **Prix des différentes substances sucrantes**

Sucre blanc :	1,00 $/500 g
Cassonade :	1,04 $/500 g
Caramel :	1,86 $/500 g
Mélasse :	2,15 $/500 g
Sirop de table :	1,97 $/500 g
Sirop de maïs :	2,39 $/500 g
Miel :	3,59 $/500 g
Sirop d'érable :	5,54 $/500 g

Sources : Supermarchés de Québec, mai 2002.
MAPAQ, Direction de la recherche économique.

1.2.2 Facteurs influençant la consommation de produits acéricoles

Contrairement à certains autres produits sucrants, le sirop d'érable n'est pas un produit alimentaire universel et essentiel. Plusieurs facteurs, autres que le prix, peuvent expliquer le faible taux annuel de consommation de produits acéricoles.

- La « saisonnalité » de la production pourrait être en partie responsable de la faible consommation des produits de l'érable chez le consommateur québécois. Le sirop d'érable, en conserve ou en bouteille, se vend tout au long de l'année dans presque tous les marchés d'alimentation et dans les magasins à grande surface. Toutefois, les produits dérivés (tire, beurre, gelée, etc.) sont plus difficiles à trouver en toute saison. Il faudrait une meilleure gestion de ces produits en magasin. S'ils étaient davantage disponibles durant toute l'année, leur consommation pourrait certainement augmenter.

- Présentement, la population a peu d'information sur la conservation du sirop. L'industrie devrait donc éduquer et informer les consommateurs sur les mesures à prendre pour assurer une meilleure conservation des produits acéricoles (réfrigération, congélation, etc.).

- Au Québec, la diversité culturelle pourrait expliquer le manque d'intérêt pour les produits de l'érable de certains consommateurs n'ayant aucune tradition acéricole et avoir une incidence sur la croissance de la consommation de ces produits. Bon nombre de consommateurs n'en connaissent pas les multiples usages. Certains facteurs sont responsables d'une telle méconnaissance, notamment les variantes culturelles (le mot « sirop » a une connotation différente en Europe francophone), la législation (aux États-Unis, 2 % de sirop pur est suffisant pour justifier l'appellation « sirop ») et le prix d'achat peuvent être une barrière à la curiosité des consommateurs. Une information liée à l'authenticité et à l'utilisation des produits de l'érable serait donc essentielle.

- Il est déplorable que les aspects récréatifs et touristiques de cette production aient été si peu exploités jusqu'à maintenant. La restauration dans les cabanes à sucre se situe encore à un stade très préliminaire de son développement. Les établissements du réseau HRI (hôtellerie, restauration, institution) utilisent encore trop peu le sirop d'érable ou les autres produits à valeur ajoutée, tant dans l'élaboration des recettes que pour l'accompagnement de divers mets (gaufres, crêpes, fruits frais, etc.). Quelques restaurants offrent du sirop d'érable, mais malheureusement, il y en a encore trop qui exigent des frais supplémentaires pour servir du sirop d'érable ou ne l'offrent pas du tout. Le prix du sirop d'érable est souvent jugé trop élevé, surtout s'il est utilisé comme ingrédient. Ces établissements qui exploitent à peine les produits de l'érable pourraient être d'excellents ambassadeurs tant auprès de la clientèle locale que touristique.

- Les nouvelles habitudes alimentaires des consommateurs et consommatrices peuvent également avoir une incidence sur la faible croissance de la consommation des produits de l'érable. Le consommateur a tendance à adopter une alimentation plus équilibrée et plus diététique, ce qui provoque souvent une diminution de la consommation d'aliments à forte teneur en sucre. Toutefois, l'engouement pour les produits dits « naturels » et les produits au goût fin et délicat s'accentue, ce qui est de bon augure pour les produits de l'érable qui sont une source de sucre naturelle par rapport au sucre blanc et ont un goût caractéristique.

- ⇨ Depuis quelques années, les scandales alimentaires se succèdent tant en Europe qu'ici. Parallèlement à cela, la manipulation génétique des plantes et des animaux suscite des inquiétudes. Les consommateurs veulent des garanties et refusent toute concession sur la qualité des aliments. L'agriculture biologique rassure les consommateurs qui entretiennent la perception que les aliments biologiques sont plus sains et plus écologiques que les aliments résultant de l'agriculture classique. Le sirop biologique offre cette sécurité. Pour être certifié biologique, l'acériculteur doit respecter certaines particularités au niveau du peuplement de l'érablière, ne pas utiliser certains équipements de fabrication et divers produits d'assainissement et/ou de lavage. De plus, il est obligé de tenir un registre pour assurer la traçabilité du produit. Toutefois, sans être biologique, le sirop traditionnel respecte les critères de fabrication associés aux caractéristiques d'un produit « pur et naturel ». Moyennant certaines modifications à son processus de fabrication, l'acériculteur traditionnel pourrait facilement répondre aux exigences d'une certification biologique.

- ⇨ Dans leurs habitudes d'achat, divers consommateurs attachent plus d'importance à la fraîcheur et à la qualité des aliments qu'au prix. Cependant, quand il s'agit d'acheter un produit qu'ils ne jugent pas essentiel à leur régime alimentaire, ils sont plus sensibles au prix et désirent retrouver des caractéristiques ou des avantages qui justifient son achat par rapport au sucre blanc. Puisque les produits de l'érable sont perçus comme des produits de luxe, il est donc important que l'image d'un produit haut de gamme, unique et pur soit maintenue afin que d'autres agents sucrants, beaucoup moins coûteux, n'entrent pas en concurrence directe avec eux. Toujours d'actualité, l'étude réalisée par le Groupe Malette et Maheu en mars 1994 affirmait que l'industrie devrait entreprendre une campagne de promotion éducative pour positionner l'authentique sirop d'érable parmi les produits naturels commercialisés sur une base industrielle.

1.2.3 Constats de la consommation

Trois grandes tendances expliquent en partie le succès remporté par les produits acéricoles au cours des dernières années et devraient continuer à les favoriser :

- ⇨ Augmentation de l'intérêt des consommateurs pour une alimentation saine. Le sirop d'érable est un produit pur et naturel.
- ⇨ Plus grand intérêt accordé aux saveurs, aux mets raffinés et aux produits hors de l'ordinaire.
- ⇨ Offre plus importante de sirop d'érable sur les tablettes des grandes surfaces alimentaires.

Selon une étude de CROP, les consommateurs canadiens et québécois se préoccupent de plus en plus d'avoir une saine alimentation. La même tendance est observée aux États-Unis. Les consommateurs allemands et japonais manifestent également un intérêt prononcé pour les produits naturels, santé ou biologiques. La production acéricole est probablement celle qui répond le plus facilement aux critères d'une production biologique. L'industrie aurait avantage à développer et valoriser ce créneau. Ce serait un élément déterminant pour concurrencer les autres produits sucrants.

Comme nous l'avons déjà mentionné, le sirop d'érable, toutes catégories confondues, n'est pas un produit essentiel. C'est un produit exclusif mais mal défini. D'un côté, il se présente comme un produit de spécialité (prix élevé), mais il ne répond pas toujours aux exigences d'un tel type de produit et, d'un autre côté, il s'adresse à un marché industriel, se plaçant en compétition avec les agents sucrants. L'industrie doit donc mettre au point des mécanismes de mise en marché et fixer des prix selon l'utilisation potentielle du produit vendu, tout en respectant les signaux de marché.

1) Le sirop vendu sur les tablettes des marchés d'alimentation, à côté d'autres agents sucrants (sirop de table, miel, etc.), doit être vendu à un prix abordable, car il s'adresse à un marché de masse. Dans ce créneau, le prix doit s'ajuster au marché et à la capacité de payer des consommateurs familiaux.

2) Le sirop offert dans les boutiques spécialisées peut être vendu plus cher si on prend soin d'y mettre une valeur ajoutée par rapport à celui qui est offert dans les marchés d'alimentation : qualité supérieure, emballage soigné, etc. La tendance relevée par CROP en faveur des produits fins et un plus grand raffinement culinaire sont aussi observables aux États-Unis. Le marché des produits fins, « gourmet » ou de « spécialité » connaît une croissance de 7 % par année aux États-Unis, comparativement à une stagnation plus ou moins prononcée pour l'ensemble du marché de l'alimentation.

3) Le sirop vendu comme ingrédient, soit dans le réseau HRI ou pour être utilisé dans la troisième ou quatrième transformation peut difficilement être offert au même prix que le sirop destiné à une consommation de masse ou de spécialité.

Il faut également désaisonnaliser les produits acéricoles si l'on veut accroître la consommation québécoise et canadienne.

Avant de faire de la promotion, l'industrie doit également réaliser des études pour mieux connaître la perception du consommateur par rapport aux caractéristiques du produit, à la fréquence d'utilisation et aux prix d'achat.

1.3 Échanges commerciaux

1.3.1 Exportations

Le faible pourcentage de consommation intérieure de notre production acéricole nous presse de maintenir et même d'accroître le volume des produits de l'érable pouvant être écoulés sur les marchés d'exportation, situation qui fait de l'industrie acéricole un secteur d'exportation.

Le Tableau 3 montre qu'en 2001-2002, les exportations canadiennes ont atteint un sommet de 129,7 millions de dollars, soit 20 % de plus qu'en 2000-2001 et 16 % de plus que la moyenne quinquennale qui est de 113 millions. Les prix à l'exportation ont suivi la même tendance, passant de 2,10 $/livre en 1997-1998 à un sommet de 2,21 $/livre en 2001-2002. En 2001-2002, les prix des exportations affichent un gain de 19 % par rapport à l'année précédente.

Tableau 3 : **Production acéricole exportée et transitée par le Québec (année récolte)**

	1997-1998	1998-1999	1999-2000	2000-2001	2001-2002
Production québécoise					
▪ Équivalent sirop (en milliers de livres)	58 035	56 960	68 731	91 048	62 375
▪ Valeur à la ferme (en milliers de dollars)	118 034	125 190	134 143	161 252	140 893
Exportation québécoise					
▪ Équivalent sirop (en milliers de livres)	45 838	45 197	48 866	50 693	47 509
▪ Valeur (en milliers de dollars)	96 925	100 264	100 390	94 826	97 178
Ratio exp./prod. (%)	79	79	71	56	76
Exportation canadienne					
▪ Équivalent sirop (en milliers de livres)	51 691	50 550	53 566	58 325	58 679
▪ Valeur (en milliers de dollars)	108 581	111 576	109 593	108 307	129 692
Ratio exp. québ./can. (%)	89	89	91	87	81

** Ces exportations peuvent contenir des volumes transités en provenance d'autres provinces.*

Sources : - Statistique Canada, Exportations.
- Institut de la statistique du Québec.
- MAPAQ, Direction de la recherche économique.

Le Québec est de loin le plus important exportateur de produits acéricoles dans le monde, étant responsable de 81 % des ventes canadiennes à l'étranger (47,5 millions de lb), suivi de l'Ontario avec 13 % (8 millions de lb) et du Nouveau-Brunswick avec 4 % (2,6 millions de lb). Officiellement, le Québec exporte 47,5 millions de livres (à partir de ses frontières) mais comme il produit 93 % du sirop canadien, il est possible que 93 % des exportations canadiennes soient constituées de sirop d'origine québécoise. Sous cet angle, le Québec aurait exporté près de 54 millions de livres en 2001.

Depuis 1999, l'Ontario et le Nouveau-Brunswick augmentent leur part de marché à l'exportation. Même s'il s'agit de plus petites quantités, la part des ventes du Nouveau-Brunswick est passée de 1,4 % du marché d'exportation en 1999 à 4 % en 2001. L'Ontario, pour sa part, a doublé sa contribution aux exportations canadiennes.

Il est important que l'industrie s'interroge sur les raisons de cette nouvelle performance de l'Ontario et du Nouveau-Brunswick afin de savoir si elle est conjoncturelle ou s'il s'agit d'une tendance soutenue.

Le Graphique 2 montre que depuis les cinq dernières années, la quantité des exportations acéricoles traversant les frontières du Québec augmente beaucoup plus lentement que celle de la production, créant ainsi un déséquilibre entre l'offre et la demande. Avec une hausse de 4 % (selon les exportations en année récolte), la quantité vendue à l'étranger est passée de 45,8 millions de livres en 1997-1998 à 47,5 millions de livres en 2001-2002, tandis que pour la

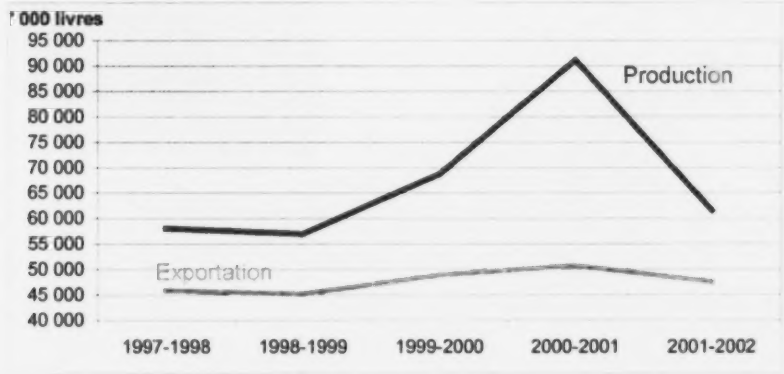
même période, le volume de production connaissait un accroissement de 7,5 %. Cependant, la part des exportations canadiennes de produits acéricoles en provenance du Québec affiche une baisse de 9 % entre 1997-1998 et 2001-2002.

Si l'on compare les sept premiers mois de 2001 à ceux de 2002, les exportations acéricoles canadiennes affichent une baisse de 5 % du volume exporté comparativement à une hausse de 11 % pour la valeur. Le Québec a enregistré une performance similaire avec une baisse de 6 % du volume contre une hausse de 11 % de la valeur des exportations acéricoles. Il est impératif pour l'industrie acéricole, qui est une industrie d'exportation, de connaître les raisons de cette problématique afin d'y remédier le plus rapidement possible.

Depuis quelques années, le développement de nouveaux marchés se fait lentement et ne permet pas de rétablir cet équilibre. Entre 1997 et 1998, la hausse du volume des exportations du Québec a été de 5 % contre 0 % entre 2000 et 2001. Il devient important, pour l'industrie acéricole, de se doter d'outils promotionnels performants afin d'augmenter la quantité des exportations de produits acéricoles et de contribuer à équilibrer l'offre et la demande.

Graphique 2

Évolution de la production acéricole par rapport aux exportations (Québec)



Sources : Statistique Canada, Exportations.
GREPA Consultants en agroalimentaire.
Statistiques sur la classification du sirop en grands contenants, RCPEQ.
MAPAQ, Direction de la recherche économique.

Toujours en année récolte, la valeur des exportations québécoises en acériculture a connu une faible hausse de 0,5 %, passant de 96,9 millions de dollars en 1997-1998 à 97,2 millions de dollars cinq ans plus tard. À deux reprises, la valeur des exportations a dépassé les 100 millions de dollars, soit en 1998-1999 et 1999-2000. Pour ces mêmes années, le prix moyen du sirop vendu à l'exportation (toutes catégories confondues) a connu une légère baisse de 3 % (2,11 $/lb en 1997-1998 à 2,04 $/lb en 2001-2002). Le prix à l'exportation a connu d'importantes fluctuations, passant de 2,21 $/lb en 1998-1999 à 1,87 $/lb en 2000-2001, une année record de production.

1.3.2 Pays acheteurs

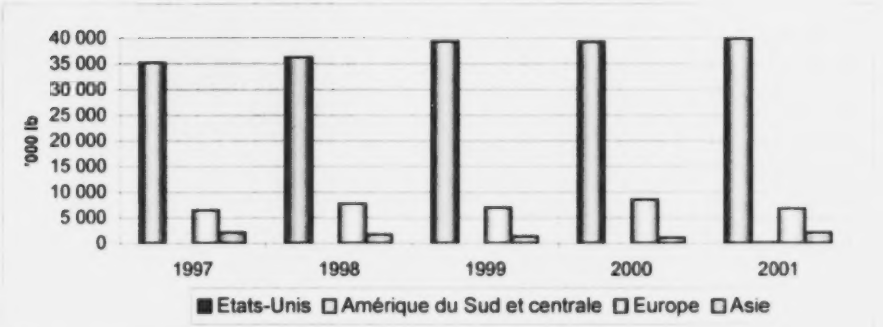
L'industrie acéricole du Québec exporte ses produits dans plus de 34 pays.

Le Graphique 3 montre qu'en 2001, les États-Unis ont à eux seuls acheté 81 % des exportations de produits acéricoles, soit près de 40 millions de livres. De 1997 à 2001, ils ont augmenté leurs achats de 13 %, soit de 4,7 millions de livres.

En 2001, neuf (9) États américains ont importé à eux seuls 84 % du total des exportations acéricoles en provenance du Québec. Trois d'entre eux, soit le Vermont, le New Hampshire et la Californie se partagent 64 % des importations acéricoles en provenance du Québec. Le Vermont achète plus de 37 % du sirop québécois vendu aux États-Unis, suivi du New Hampshire (16 %) et de la Californie (12 %).

Graphique 3

Exportation de produits acéricoles du Québec par blocs régionaux (en milliers de livres)
(année civile)



Sources : - Statistique Canada, Exportations.
- MAPAQ, Direction de la recherche économique.

En 2001, les pays du bloc européen ont acheté plus de 13 % du sirop québécois. Ces exportations ont connu une hausse de 6 % entre 1997 et 2001. L'Allemagne, le Royaume-Uni et la France sont les principaux pays acheteurs.

Le bloc asiatique est de moindre importance. En 2001, ces pays ont acheté 4 % de nos exportations acéricoles. Le Japon et Taiwan, sont les principaux acheteurs. Toutefois, les exportations asiatiques ont peu évolué en 5 ans. Une légère hausse de 1 % a été enregistrée entre 1997 et 2001.

Selon une estimation faite à la Filière acéricole au début des années 2000, il y aurait de plus en plus de sirop d'érable exporté sous forme préemballée. Selon l'industrie, 65 % du sirop d'érable du Québec vendu aux États-Unis serait préemballé. Le reste (35 %) serait acheminé en vrac. Sur les autres marchés d'exportation, la presque totalité du sirop d'érable serait vendue en bouteille.

1.3.3 Constats des marchés

Les perspectives de marché pour les produits acéricoles sont très intéressantes mais difficiles à évaluer. En outre, au moment où l'industrie acéricole a un urgent besoin de la croissance des marchés, de nombreux litiges entre les deux groupes de première ligne, les producteurs et les acheteurs et/ou transformateurs, retardent considérablement l'élaboration d'actions concertées rendues nécessaires pour créer des programmes de promotion internationale et développer de nouveaux marchés.

Pour accroître ses marchés, l'industrie doit susciter la demande. Ainsi, pour accentuer sa présence dans les hôtels, les restaurants et les institutions (HRI), au Canada et à l'étranger, en particulier sur le marché des ingrédients, l'industrie devra mettre sur pied des campagnes de promotion basées, entre autres, sur l'authenticité, les valeurs nutritives et diététiques des produits de l'érable. Toutefois, cette promotion doit être jumelée à de l'information sur l'utilisation des produits offerts. Présentement, la majorité des utilisateurs potentiels ne savent pas comment conserver et consommer le sirop d'érable.

L'industrie devrait favoriser la réalisation d'études effectuées dans le but de connaître les besoins alimentaires et non alimentaires des populations étrangères (Europe, Asie, Amérique) pour les produits acéricoles. À la lumière de ces études, l'industrie serait en mesure de mieux définir les besoins de chacun des groupes de consommateurs (Asie, Europe, Amérique, Afrique).

Si l'industrie veut intensifier sa présence sur les marchés québécois, elle devra accroître plus particulièrement la visibilité de ses produits en toutes saisons, profiter de certaines fêtes ethniques pour mousser la promotion des produits de l'érable, développer un produit à prix concurrentiel pour les HRI et se doter, en matière d'étiquetage, d'une réglementation spécifique permettant de différencier les produits fabriqués à base de sirop d'érable.

Dans ce même ordre d'idées, l'industrie devrait financer des études visant à déterminer si une segmentation des prix, lui permettraient de développer de nouveaux marchés (HRI, ingrédients, cadeaux, etc.).

Le maintien et le renforcement des mesures de contrôle de la qualité du produit contribueraient au développement de marchés. D'ailleurs, l'industrie prévoit améliorer la formation des acériculteurs par la diffusion prochaine d'un cahier des meilleures pratiques en acériculture. De plus, de concert avec les parties intéressées, l'industrie acéricole est à développer des normes de qualité volontaires. Par conséquent, le jumelage des activités de promotion avec ces normes de qualité sera important pour maintenir et développer les marchés.

2. LA PRODUCTION

En ce qui a trait à la structure et à la régionalisation des entreprises acéricoles, les statistiques proviennent des données officielles du GREPA Consultants en agroalimentaire et de la fiche d'enregistrement des exploitations agricoles du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ). Selon les estimations du milieu, certaines statistiques seraient sous-évaluées et ne refléteraient pas la réalité de l'industrie acéricole. C'est pourquoi quelques modifications ont été apportées, à partir des données de classification du sirop en grands contenants du Regroupement pour la commercialisation des produits de l'érable du Québec (RCPEQ), notamment au niveau du volume en vrac des récoltes pour les années 2000 et 2001.

De plus, l'univers d'enquête n'étant pas le même avant et après 1998, nous ne sommes pas en mesure d'évaluer l'évolution de tous les éléments de la structure des entreprises acéricoles sur une période de cinq ans.

2.1 Portrait du secteur acéricole

Le Québec domine la production canadienne avec des recettes monétaires de 123,2 millions de dollars en 2001, suivi de l'Ontario avec 10,8 millions et du Nouveau-Brunswick avec 3,4 millions. Avec une production de 62,4 millions de livres en 2001, les Québécois sont de loin les principaux producteurs de sirop d'érable au Canada (93 %). L'Ontario se classe au deuxième rang des provinces productrices avec 2,9 millions de livres (5 %).

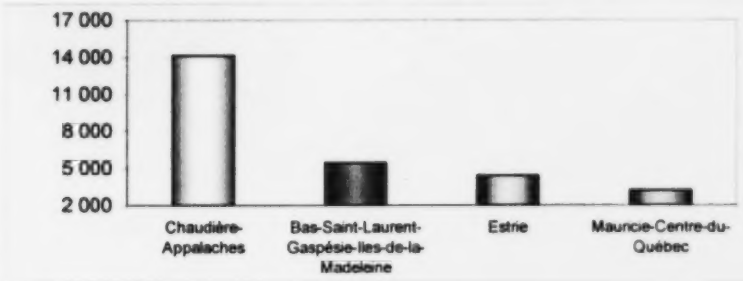
Évolution des exploitations acéricoles du Québec

Entre 1998 et 2001, le nombre d'entreprises acéricoles est demeuré stable avec près de 8 000 entreprises, exploitées par environ 10 000 acériculteurs.

Le Graphique 4 montre que l'on trouve en Chaudière-Appalaches le plus grand nombre d'entailles en 2001, soit 14 millions. Avec seulement 8,5 % du nombre d'entreprises acéricoles enregistrées au Québec, la région du Bas-Saint-Laurent–Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine se place au second rang avec 17 % du total des entailles (5,4 millions d'entailles), suivie de l'Estrie avec 13,5 % (4,4 millions d'entailles) et de la Mauricie–Centre-du-Québec avec 10 % (3,2 millions d'entailles).

Graphique 4

Nombre d'entailles par région (en milliers)

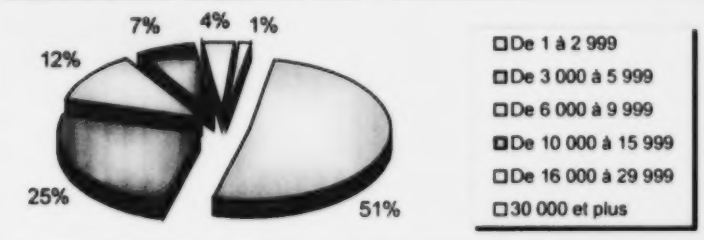


Sources : - GREPA Consultants en agroalimentaire.
- MAPAQ, Direction des politiques sur la gestion des risques.
- MAPAQ, Direction de la recherche économique.

Entre 1995 et 2000, les données de la fiche d'enregistrement des exploitations agricoles du MAPAQ permettent de constater un mouvement à la hausse vers des entreprises de plus grande importance. En 1995, plus de 68 % des exploitations acéricoles possédaient moins de 3 000 entailles. En 2000, selon le Graphique 5, on n'en compte plus que 51 %, soit une baisse de 30 % en 5 ans.

Graphique 5

Taille des entreprises en 2000



Source : - MAPAQ, Fiche d'enregistrement des exploitations agricoles.
- MAPAQ, Direction de la recherche économique.

Pour la même période, le nombre d'exploitations déclarant 10 000 entailles et plus a presque quadruplé. Cette strate regroupe maintenant 12 % des entailles au Québec. En 1995, il n'y avait que 17 entreprises comptant plus de 30 000 entailles, et en 2000, le nombre a augmenté à 92 exploitations.

Le Graphique 5 nous permet de constater que l'acériculture est une production à deux vitesses. En 2000, l'acériculture d'appoint regroupait 51 % du nombre total des entreprises (3 177 entreprises) ayant moins de 3 000 entailles. Ces entreprises génèrent 13,9 % de l'ensemble de la production acéricole. L'acériculture d'entreprise, comptant plus de 10 000 entailles, regroupait 724 exploitations (12 % du nombre total d'entreprises) et étaient responsables de 43,7 % de la production. Ces dernières font largement appel aux technologies productrices d'un produit standardisé et sont engagées dans un cycle soutenu d'investissement.

C'est dans le Bas-Saint-Laurent que l'on trouve le plus grand nombre d'entailles par érablière, soit 10 633, par comparaison avec la région de Chaudière-Appalaches où l'on compte une moyenne de 4 415 entailles par entreprise, et ce, malgré que celle-ci soit la région acéricole la plus importante au Québec. À elle seule, la région du Bas-Saint-Laurent regroupe 45 % des érablières ayant plus de 30 000 entailles et dont bon nombre sont situées sur des terres publiques.

En quatre ans, on a enregistré une moyenne annuelle de 2,28 livres à l'entaille. Les saisons 1999 et 2000 affichent un rendement supérieur à la moyenne des quatre dernières années de production, soit 2,35 et 2,88 livres à l'entaille, tandis que le rendement moyen de la récolte 2001 est plus faible avec 1,90 livre à l'entaille.

Selon les résultats de recherches effectuées par le Centre ACER, il semble que les acériculteurs ayant utilisé la pastille de paraformaldéhyde (PFD) doivent s'attendre à une baisse de rendement importante dans l'avenir. Apparemment, la pastille endommage sévèrement les tissus situés dans le voisinage immédiat de l'entaille et augmente considérablement la zone de compartimentage qui lui est associée.

ÉVOLUTION DU VOLUME DE PRODUCTION

Le volume de production acéricole québécoise (équivalent sirop) a affiché une augmentation de 8 % entre 1998 et 2001 atteignant, en 2000, un sommet record avec plus de 91 millions de livres de sirop d'érable.

Depuis 1999, la quantité de sirop d'érable produite dépasse les 60 millions de livres, ce qui correspond à la quantité mise en marché (consommation intérieure et exportations) par les acériculteurs québécois.

Tableau 4 : **Répartition du volume de production au Québec (en milliers de livres)**

ANNÉES	VRAC	DÉTAIL	AUTO-CONSOMMATION	TOTAL
1998	50 380	5 732	848	56 960
1999	60 177	8 554	849	68 731
2000[E]	80 811	9 418	819	91 048
2001[E]	51 911	9 644	820	62 375

E : Estimation

Sources : - GREPA Consultants en agroalimentaire.
- Statistiques sur la classification du sirop en grands contenants, RCPEQ.
- MAPAQ, Direction de la recherche économique.

Le Tableau 4 montre bien que la fluctuation du volume de production se situe presque uniquement au niveau du sirop d'érable en grands contenants (vrac). En 2001, le vrac correspondait à 84 % de la production totale de sirop d'érable contre 88 % pour les 3 années précédentes. En ce qui a trait au marché du détail et à l'autoconsommation, le volume estimé est stable à près de 10 millions de livres de sirop d'érable annuellement.

La région Chaudière-Appalaches est la plus importante au Québec pour la production acéricole, avec 43 % de la production totale. Cette région est suivie par le Bas-Saint-Laurent, Gaspésie et Îles-de-la-Madeleine (17 %), l'Estrie (13,5 %) et le Centre-du-Québec (10 %). À elles seules, ces quatre régions produisent 83 % de tout le sirop d'érable québécois.

La classification du sirop d'érable en grands contenants est déterminée par le pourcentage de transmission de la lumière qui indique la classe à laquelle appartient le sirop : extra clair, clair, médium, ambré ou foncé. Le Tableau 5 reflète une baisse de la production de sirop de première catégorie (extra clair et clair) et une augmentation de la production des sirops plus foncés (médium et ambré).

La part des sirops extra clairs et clairs est passée de 49,2 % de la production totale en 1997 à 37,5 % en 2001. Ce sont les sirops un peu plus foncés qui ont pris la place. Le sirop médium est passé de 24,3 % de la production totale en 1997 à près de 30,3 % en 2001 et l'ambré est passé de 13,6 % à 19,9 % pour la même période. Enfin, le sirop foncé (D) a connu une légère diminution de 7 %.

Tableau 5 : **Classification des volumes de sirop d'érable en grands contenants au Québec**

Transmission de lumière	1997 %	1998 %	1999 %	2000 %	2001 %	Moyenne
Extra clair						
75 % et plus	19,9	19,0	18,6	11,1	11,2	16,8
Clair						
60,5 % - 74,9 %	29,3	23,0	29,7	24,6	26,3	26,6
Médium						
44 % - 60,4 %	24,3	23,0	24,3	28,1	30,3	26,0
Ambré						
27 % - 43,9 %	13,6	18,0	14,8	22,4	19,9	17.8
Foncé						
Moins de 27 %	12,9	17,0	12,6	13,8	11,5	13,6

Sources : -Institut de la statistique du Québec, Statistiques agroalimentaires.
-Regroupement pour la commercialisation des produits de l'érable du Québec.
-MAPAQ, Direction de la recherche économique.

L'engouement des consommateurs pour les produits biologiques se fait ressentir dans le secteur de l'acériculture. En 2002, le Conseil d'accréditation du Québec dénombrait 285 fermes acéricoles certifiées biologiques. Avec 2,6 millions d'entailles, la production est estimée à près de 5,8 millions de livres annuellement (à 2,25 livres à l'entaille), soit 8 % de la production totale et pour laquelle l'industrie débourse 0,15 $ de plus la livre. C'est un créneau potentiel

très intéressant pour les acériculteurs, puisque c'est un processus de fabrication qui est accessible à la majorité des acériculteurs qui veulent respecter les exigences nécessaires pour obtenir une certification biologique.

ÉVOLUTION DES RECETTES MONÉTAIRES

Le Tableau 6 montre que la production acéricole, avec des recettes monétaires de 123,2 millions de dollars, pour l'année 2001, correspond à 2,2 % des recettes totales de la production agricole au Québec. Entre 1997 et 2001, les recettes monétaires du secteur acéricole ont connu une hausse de 6,3 %, ce qui est inférieur à l'accroissement de 19 % pour l'ensemble du secteur agricole.

Tableau 6 : **Recettes monétaires des produits de l'érable au Québec (en milliers de dollars)**

1997	1998	1999	2000	2001
RECETTES MONÉTAIRES DES PRODUITS DE L'ÉRABLE (EN MILLIERS DE DOLLARS)[1]				
115 901	122 685	131 448	158 448	123 181
RECETTES MONÉTAIRES DU SECTEUR AGRICOLE (EN MILLIERS DE DOLLARS)				
4 792 467	4 871 568	5 129 981	5 444 862	5 697 137
RECETTES MONÉTAIRES DES PRODUITS DE L'ÉRABLE PAR RAPPORT AUX RECETTES MONÉTAIRES DU SECTEUR AGRICOLE (%)				
2,42	2,52	2,56	2,91	2,16

Note 1 : *Correspond à l'année civile (janvier-décembre) et au volume commercialisé évalué au prix de la ferme.*

Sources : - Statistique Canada, Recettes monétaires agricoles.
- MAPAQ, Direction de la recherche économique.

Concernant les recettes monétaires des productions végétales, le Tableau 7 montre que l'acériculture compte pour 13,1 % des recettes, suivant de près les industries floricoles et pépinières. En 5 ans, le secteur acéricole a été toutefois moins performant que les industries floricoles et pépinières ainsi que celles des fruits et légumes qui ont enregistré une hausse respective de 22 % et 12 %.

Tableau 7 : **Recettes monétaires des productions végétales (en milliers de dollars)**

PRODUCTIONS VÉGÉTALES	1997	1998	1999	2000	2001
Céréales et oléagineux	370,2	385,0	394,1	380,9	343,0
Fruits et légumes	407,0	370,2	435,5	432,8	457,2
Industries floricoles et pépinières	134,2	155,9	153,5	156,6	163,9
Acériculture	115,9	122,7	131,4	158,8	123,2

Source : - Statistique Canada, Recettes monétaires agricoles.
- MAPAQ, Direction de la recherche économique.

2.2 Production mondiale

L'industrie des produits de l'érable est exclusive au continent nord-américain. En 2001, le Québec a été responsable à lui seul de 93 % du volume de production acéricole canadienne, suivi par l'Ontario avec 5 % et le Nouveau-Brunswick avec 2 %.

Les acériculteurs québécois produisent environ 80 % de la production mondiale de sirop d'érable et ne cessent d'augmenter leur part du marché mondial. En effet, en 1997, l'industrie acéricole du Québec produisait 75 % de la production mondiale.

En cinq ans, la production mondiale des produits de l'érable a connu une hausse de 1,7 %. Au cours de cette période, l'industrie acéricole a enregistré une petite récolte en 1998 avec 74,1 millions de livres et une année record en 2000, avec plus de 110,7 millions de livres.

Le Tableau 8 montre qu'en 2001 la production mondiale de sirop d'érable s'élevait à 78,4 millions de livres. Le Québec en a produit 79,6 %, le reste du Canada, 5,7 % et les États-Unis, 14,7 %. Les États-Unis, deuxième producteur en importance en Amérique du Nord, ont subi une baisse de production de 20 % entre 1997 et 2001. Les États du Vermont (26,2 %), du Maine (19,1 %) et de New York (18,4 %) ont été à l'origine de 63,7 % de la production américaine en 2001.

Depuis 1997, le Québec a une production annuelle moyenne de plus de 67,6 millions de livres et les autres provinces canadiennes ont une moyenne de 4,9 millions de livres. La moyenne de production aux États-Unis est de 13,1 millions de livres de sirop d'érable et ce pays en importe autour de 51 millions de livres du Canada.

Tableau 8 : **Production et recettes monétaires des produits de l'érable (en millions de livres et de dollars)**

Année	Québec		Autres provinces		Canada		États-Unis		Total	
	Livres	$	Livres	$	Livres	$	Livres	$	Livres	$
1997	58,0	115,9	4,7	15,2	62,7	121,1	14,4	35,2	77,1	156,3
1998	56,9	122,7	4,3	14,8	61,3	137,5	12,8	32,2	74,1	169,7
1999	68,7	131,4	5,2	16,0	73,9	147,4	13,1	32,8	87,0	180,2
2000 E	91,0	158,8	6,0	22,3	97,0	181,0	13,6	33,9	110,7	215,0
2001 E	62,4	123,2	4,5	15,2	66,8	138,4	11,6	28,2	78,4	166,6

E : Estimation

Sources : - New England Agricultural Statistics Service, USDA.
- Statistique Canada.
- GREPA, Consultants en agroalimentaire.
- Institut de la Statistique du Québec.
- MAPAQ, Direction de la recherche économique.

Au Canada, entre 1997 et 2001, l'industrie acéricole a affiché une croissance de la production et de la valeur brute des produits de l'érable de 6 % et 14 % respectivement.

Au Québec, pour la même période, le volume de production acéricole a enregistré une hausse de 7 % tandis que les recettes monétaires inscrivaient une augmentation de 6 %.

Toutefois, dans les autres provinces canadiennes productrices de sirop d'érable, la valeur brute est demeurée stable, entre 1997 et 2001, comparativement à une baisse de 6 % pour le volume de production.

Aux États-Unis, la situation est plus critique. En effet, le secteur acéricole américain a enregistré une baisse de 20 % tant au niveau de la quantité que de la valeur de la production.

2.3 Aspects financiers

Structure d'entreprise

En 3 ans, le nombre d'entreprises déclarant un revenu principal en acériculture a augmenté de 19 %. Ce groupe représente 34 % du nombre d'acériculteurs enregistrés au MAPAQ, et le nombre d'entailles est passé de 14,5 millions à 21,5 millions, soit une hausse de 33 %. Toutefois, les entreprises déclarant l'acériculture comme deuxième revenu (1 773 entreprises) et revenu d'appoint (666 entreprises) ont connu peu de fluctuations et comptent pour 28 % et 10 % du total des entreprises acéricoles.

Situation financière des entreprises acéricoles

Le taux d'endettement des entreprises acéricoles s'est accru sensiblement, soit de 23 % en 1997 à 25 % en 1999. Toutefois, cette situation est comparable à celle vécue par l'ensemble

du secteur agricole du Québec, qui affiche un taux d'endettement de 24 % en 1999. Selon Statistique Canada, il faut être prudent concernant la précision de ces résultats, ce qui ne permet pas nécessairement de conclure à une hausse de leur endettement. Il suffit de rappeler qu'une conjoncture moins favorable a affecté la rentabilité des entreprises acéricoles en 2000. En effet, le bénéfice net moyen d'exploitation se maintenait aux environs de 15 000 $ par entreprise. En 2002, la situation semble s'être corrigée sensiblement.

2.4 Constats

Le Québec, avec près de 80 % de la production mondiale de sirop d'érable, détient le monopole de cette industrie. Son important potentiel d'entailles (sur des terres privées et publiques) permet aux acériculteurs et acéricultrices du Québec d'espérer conserver cette position de monopole.

Maintenant que la technologie permet d'exploiter de plus grandes érablières, il est à prévoir que les acériculteurs et acéricultrices auront tendance à vouloir produire en plus grande quantité et à meilleur coût. L'industrie devra développer de nouveaux marchés, modifier sa structure de prix basée uniquement sur la couleur et se doter également de mécanismes de contrôle lui permettant d'assurer un équilibre entre l'offre et la demande afin d'éviter des inventaires trop importants.

3. L'ORGANISATION DE LA MISE EN MARCHÉ AU QUÉBEC

3.1 Évolution du prix

Depuis les cinq dernières années, le prix moyen des produits de l'érable a augmenté. Ainsi, le prix moyen pondéré payé aux acériculteurs du Québec a été de 1,98 $/lb en 2001 comparativement à 1,85 $/lb pour 1997. En 2002, la tendance est également à la hausse avec des prix moyens qui se situent à 2,03 $/lb.

En acériculture, les prix ne sont pas toujours établis en fonction des signaux de marché. Il y a peu d'écart de prix entre les classes de produits, alors que l'industrie a affaire à trois marchés très différents (consommation de masse, produits fins et industriels). Le prix établi vise à assurer un revenu constant pour le producteur et est basé sur la variation de l'offre plutôt que sur la variation de la demande.

Faute d'entente entre les acheteurs et la Fédération des producteurs acéricoles du Québec, la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec (RMAAQ) décrète, depuis 1998, dans le cadre d'une Convention de mise en marché, un prix minimum qui doit être versé aux acériculteurs du Québec pour le sirop vendu en vrac.

Tableau 9 : **Prix moyen annuel des produits de l'érable au Québec**

Catégories	Unité	1997	1998	1999	2000	2001	Moyenne[1]
Prix du sirop de détail[F]	$/lb	2,89	3,10	3,00	2,87	2,81	2,93
Prix du sirop en vrac[E]	$/lb	1,93	2,08	1,80	1,40	2,10	1,86
Prix moyen pondéré	$/lb	1,85	2,20	1,85	1,56	1,98	1,95

(1) Moyenne arithmétique
E: Estimation

Sources : - Institut de la statistique du Québec, données non publiées.
- MAPAQ, Direction de la recherche économique.

Les prix établis au Québec sont difficilement comparables à ceux des autres régions canadiennes, puisqu'une très grande partie de leur production acéricole est vendue au détail. Toutefois, mentionnons que les prix moyens payés aux acériculteurs ontariens et néo-brunswickois sont chiffrés à 3,68 $/lb et à 3,25 $/lb, respectivement. Aux États-Unis, le cours moyen estimatif de l'équivalent gallon (moyenne pondérée des prix de vente au détail, en gros et en vrac) était, en 2001, de 2,44 $/lb en dollars américains.

3.2 Écoulement des produits acéricoles

Dans l'industrie acéricole, les produits vendus peuvent suivre deux grands réseaux de distribution, soit les ventes directes à la ferme ou la vente en grands contenants.

Tableau 10 : **Écoulement des produits de l'érable au Québec (en milliers de livres)**

Caractéristiques	1997	1998	1999	2000[E]	2001[E]
Production totale	58 035	56 960	68 731	91 048	62 375
Autoconsommation	892	848	849	819	820
Vente directe à la ferme	5 149	5 732	8 554	9 418	9 644
Vente en vrac	51 994	50 380	60 177	80 811	51 911

E : Estimation
Sources : - Institut de la statistique du Québec.
- MAPAQ, Direction de la recherche économique.
- Regroupement pour la commercialisation des produits de l'érable du Québec.

AUTOCONSOMMATION

Les quantités de sirop consommées par les acériculteurs et acéricultrices et leur famille sont stables d'une année à l'autre. Pour les cinq dernières années, elles se situent en moyenne à près de 845 000 livres par année. Donc une moyenne de 1,5 % de la récolte est consommée annuellement par les acériculteurs et acéricultrices.

VENTES DIRECTES À LA FERME

En 2001, 15 % de la production totale a été vendue au détail dans différents réseaux de distribution. L'acériculteur peut vendre ses produits aux consommateurs à la ferme, dans des marchés publics, dans un stand au bord de la route, dans les marchés d'alimentation, dans les boutiques cadeaux, etc. Il peut exploiter une cabane à sucre commerciale ou vendre ses produits à des détaillants ou à des cabanes à sucre commerciales. Selon un article de M. Gaston Allard, paru en 1993, *« ce secteur de l'industrie acéricole conserve sensiblement les mêmes caractéristiques qu'il y a vingt ans, à savoir : une multitude d'intervenants saisonniers qui agissent auprès des consommateurs offrent une gamme limitée de produits et démontrent un souci de la qualité en raison du contact direct avec le consommateur ».*

Le Tableau 10 indique qu'entre 1997 et 2001, le volume de sirop vendu à la ferme est passé de 5,1 millions de livres à 9,6 millions de livres, soit une hausse de 87 %.

Toutefois, il est important de préciser que ces données sont des estimations puisqu'il n'existe aucune donnée officielle pour cette variable.

VENTE EN GRANDS CONTENANTS (SIROP EN VRAC)

À l'exception des quantités consommées par les acériculteurs et acéricultrices, pour la période de 1997-2001, plus de 85 % de la production est vendue en grands contenants (vente en vrac) à des conditionneurs ou à des acheteurs en vrac qui, selon un nombre limité de 53 entreprises autorisées, redistribuent les produits acéricoles en vrac ou préemballés. Les points de vente sont généralement, selon les pays, les magasins à rayons et les épiceries, notamment les rayons de produits exotiques ou internationaux, les boutiques d'aliments fins ou d'aliments santé ainsi que les boutiques de cadeaux. Les produits de l'érable se retrouvent aussi dans des réseaux moins traditionnels, comme les établissements de vente postale au Japon et même sur Internet. Sur les marchés d'exportation, malgré la présence d'un certain nombre d'entreprises, le groupe de fournisseurs d'importance est restreint.

Malgré l'implantation de plus grandes entreprises acéricoles et le développement de la mise en marché du sirop en grands contenants, la tendance à vendre en vrac demeure stable, soit près de 85 % à 89 % de la production acéricole du Québec.

3.3 Structure de la mise en marché

AGENCE DE VENTE

Le Plan conjoint des producteurs acéricoles du Québec prévoit que la Fédération des producteurs acéricoles du Québec « peut réglementer et organiser la production et la mise en marché du produit visé conformément aux pouvoirs qui lui sont conférés par la *Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche* ».

Le 21 décembre 2001, la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec (RMAAQ) a homologué l'Agence de vente des producteurs acéricoles du Québec. Depuis le 28 février 2002, la Fédération, qui est l'agent de vente exclusif des acériculteurs, est en mesure d'administrer l'agence de vente qui reçoit et met en marché tout le sirop d'érable vendu en grands contenants de plus de cinq litres. L'objectif de cette agence est d'assurer une mise en marché efficace et ordonnée du sirop d'érable. Dans un premier temps, elle permettra l'établissement d'une procédure commune de mise en marché pour l'ensemble des acériculteurs du Québec. Et dans un deuxième temps, les sirops invendus seront retirés et absorbés collectivement par l'ensemble des producteurs.

Avec la nouvelle agence de vente, la Fédération des producteurs acéricoles du Québec espère pouvoir mieux structurer l'industrie acéricole et assurer un meilleur revenu aux acériculteurs et acéricultrices.

CONVENTION DE MISE EN MARCHÉ

Depuis 1998, le secteur acéricole commercialise son sirop d'érable selon les dispositions d'une convention de mise en marché entre la Fédération, les coopératives acéricoles et un groupe d'acheteurs du produit visé par le Plan conjoint des producteurs acéricoles du Québec.

Une convention de mise en marché renferme les modalités de fonctionnement liées au cadre réglementaire de l'Agence de vente. Ajoutée à l'établissement des prix minima en fonction de la récolte en cours, la convention permet d'inscrire les dispositions liées à la vente du produit visé, aux liens avec les acheteurs autorisés, à l'entreposage et à la gestion des inventaires, aux paiements à la Fédération par les acheteurs autorisés, à la vérification de la qualité et du classement du produit visé, à la politique de disposition de l'inventaire de la Fédération et au non-respect du règlement.

INSPECTION ET VÉRIFICATION DE LA QUALITÉ (CLASSIFICATION)

Le sirop d'érable est un des rares produits agricoles qu'il est encore possible de produire, transformer et mettre en marché directement à la ferme. La fabrication des produits de l'érable a certaines particularités : la concentration du sucre par évaporation de l'eau peut accentuer jusqu'à un facteur de 40 fois tous les défauts présents dans l'eau d'érable. Le producteur se trouve donc à être le premier responsable de la qualité du sirop d'érable qu'il fabrique.

Dans un premier temps, il y a la vérification de la qualité (classification) selon la *Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche* (L.R.Q., c. M-35.1). C'est une classification à partir de normes commerciales qui est sous la responsabilité de la Fédération des producteurs acéricoles du Québec. La Fédération des producteurs acéricoles du Québec a désigné Cintech Agroalimentaire, à titre d'agent exclusif, en vertu du *Règlement des producteurs acéricoles sur les normes de qualité et de classement* ainsi que la *Convention de mise en marché du sirop d'érable pour la récolte 2002*. Par ce règlement, la Fédération est le seul organisme responsable de la vérification de la qualité et du classement du produit visé.

Dans un deuxième temps, il y a l'inspection en vertu de la *Loi sur les produits alimentaires* (L.R.Q., c.P-29) visant à assurer l'innocuité, la salubrité et l'authenticité du produit. Dans ce contexte, l'inspection du sirop d'érable en grands contenants a été confiée à Cintech Agroalimentaire dans le cadre de l'*Entente relative à la gestion de l'inspection des produits de l'érable en grands contenants*. Suite à une désignation du personnel inspecteur de Cintech Agroalimentaire par le Ministre, ceux-ci sont autorisés à agir en vertu de certains articles de la *Loi sur les produits alimentaires* (L.R.Q., c.P-29) et ses règlements. Selon une programmation fixée dans l'entente, les échantillons de sirop d'érable qui sont expédiés au laboratoire du MAPAQ par Cintech Agroalimentaire, pour confirmation, proviennent de barils où un défaut est détecté lors du classement, notamment lorsque le sirop est impropre ou que son innocuité n'est pas assurée, lorsque des contaminants ou des résidus de produits de lavage sont détectés et lorsque l'authenticité du sirop d'érable est mis en doute.

3.4 Promotion

L'impact de la promotion est directement proportionnel à l'investissement consenti. Sans investissement, pas de promotion, sans promotion, il faut dire adieu à l'augmentation des ventes et espérer que l'industrie se maintiendra le plus longtemps possible avant de perdre sa place.

À l'exportation, si on ne fait pas de promotion, les produits acéricoles seront écartés par d'autres produits sucrants ou de spécialité. La promotion doit viser à accroître l'utilisation actuelle de ce produit dans la gastronomie étrangère.

Les marchés potentiels sont ceux qui ont de grands moyens financiers. Toutefois, il faut connaître les habitudes alimentaires et le profil des consommateurs avant de se lancer dans la promotion. Il faut bien cibler le consommateur et ses besoins. L'industrie devra accepter de faire des études de perception du consommateur si elle veut que ses investissements soient rentables.

L'industrie doit encourager la promotion générique qui devra être complétée, par la suite, par des efforts individuels des exportateurs. Il faut un effort gigantesque et concerté de l'industrie au niveau de la protection de la qualité du produit doublé d'un effort de promotion auprès des acheteurs étrangers. Il faut cesser de considérer la situation en empruntant la lorgnette du connaisseur du produit et se mettre plutôt dans la peau de nos clients étrangers et leur vendre ce dont ils ont besoin, à des conditions concurrentielles, tout en misant sur nos avantages supplémentaires et notre caractère unique. Le développement additionnel de nouveaux marchés passe plus que jamais par l'exportation.

Durant les années 90, on a assisté à l'émergence de nombreuses PME familiales avec des produits de niche, ainsi qu'au développement des plus grosses entreprises. Plusieurs entreprises empruntent la même voie et souffrent toutes du même problème, soit un budget de promotion anémique. Les intervenants de l'industrie acéricole doivent se regrouper pour faire de la promotion générique.

Compte tenu de l'augmentation de la concentration, au niveau de la distribution dans le monde entier, du fait que les intervenants actuels fonctionnent tous à un niveau inférieur à leur capacité théorique maximale, l'augmentation nécessaire de la demande internationale ne passera pas tant par l'introduction de nouveaux exportateurs que par la promotion supplémentaire requise par les participants déjà en place.

Il y a un autre levier à ne pas négliger, celui de la promotion conjointe de produits complémentaires distribués dans les mêmes créneaux. Ce type de promotion apporte une force de négociation et élargit les cibles potentielles de consommation.

Le marché de l'acériculture est segmenté. Quatre vingt-cinq pour cent de la production est écoulée sur les marchés d'exportation et l'autre 15 % est vendu sur les marchés intérieurs. Par conséquent, la promotion doit s'adapter selon qu'elle s'adresse aux marchés extérieurs ou intérieurs. Toutefois, la promotion doit reposer sur une base unique qui est la qualité et l'authenticité des produits acéricoles.

3.5 Qualité

Traditionnellement, le secteur acéricole vend un produit coûteux qui a la réputation d'être un produit de luxe et haut de gamme. Pour répondre à cette dernière appellation, les produits acéricoles doivent satisfaire à certaines exigences dont celle de la qualité, qui est un atout majeur de la commercialisation.

Il est important que l'industrie s'autodiscipline et continue à se donner des outils de certification reconnus afin de démontrer sa volonté de prendre en main son développement et d'imposer des normes strictes de qualité. C'est la meilleure façon d'assurer le développement de l'industrie acéricole. Il faut offrir des produits d'une qualité irréprochable et maintenir en permanence les plus hauts standards en se dotant de contrôles rigoureux tout au long du processus, allant de la production à l'emballage, en passant par la transformation et l'approvisionnement.

La responsabilisation individuelle et collective de tous les partenaires du milieu pour offrir des produits de l'érable sécuritaires et de qualité contribuera indéniablement à préserver la réputation de l'industrie et à assurer la pérennité des marchés. Le milieu doit continuer à se concerter pour réitérer des actions comme celles qui visaient à éliminer l'utilisation de la PFD en 2002.

Grâce à un renforcement des mesures de contrôle de la qualité, il sera possible de maintenir et d'assurer l'uniformité ainsi que la qualité des produits de l'érable. La combinaison d'activités de promotion des normes de qualité contribuera à l'émergence ainsi qu'au maintien de nouveaux marchés pour les produits de l'érable partout dans le monde.

3.6 Constats

- ⇨ Le marché du sirop d'érable en grands contenants bénéficie d'une agence de vente et d'une convention de mise en marché entre les acheteurs/transformateurs visés par le plan conjoint et les producteurs, ce qui favorise une mise en marché plus ordonnée et un contrôle de qualité du produit.

- ⇨ La vente au détail à la ferme ne se fait généralement pas par l'intermédiaire de véritables réseaux de distribution. La mise en marché y est déstructurée. Les acériculteurs et acéricultrices vendent ce qu'ils veulent, quand ils le veulent et là où ils le veulent. Malheureusement, à l'aube du troisième millénaire, il existe encore des pratiques néfastes qui risquent de nuire à l'image et à la santé économique de

l'industrie acéricole. De là l'importance de pouvoir intégrer éventuellement des mécanismes de contrôle de la qualité (normes commerciales) afin d'assurer une mise en marché plus ordonnée pour les ventes au détail à la ferme et éliminer les mauvaises pratiques. De plus, l'industrie devra trouver des moyens pour mieux connaître la quantité de produits acéricoles vendue au détail si elle veut développer adéquatement son marché intérieur.

- ⇨ Le retrait du gouvernement fédéral dans les activités d'inspection des produits de l'érable destinés à l'exportation, doit inciter l'industrie acéricole à poursuivre ses efforts pour maintenir des mécanismes de contrôle de la qualité. Étant donné que cette dernière est essentielle à la protection de la santé publique et constitue un atout majeur dans la commercialisation des produits acéricoles québécois sur tous les marchés, il est important de se doter d'un système intégré d'assurance-qualité, de l'érablière à la table, incluant un mécanisme de traçabilité des produits de l'érable.

- ⇨ L'industrie devrait se concerter sur des prix qui répondent à des segments de marché (produits fins, de masse ou ingrédients).

- ⇨ Pour qu'une promotion soit efficace, ses assises doivent tenir compte d'une bonne connaissance de la clientèle visée. De plus, en acériculture, la promotion doit également servir à informer le consommateur sur l'utilisation, la conservation et les caractéristiques particulières du produit.

4. LA TRANSFORMATION

L'industrie acéricole affiche des particularités sur le plan des catégories de transformation. Ainsi, le sirop d'érable en baril est un produit de première transformation et le sirop d'érable conditionné (mis en bouteille ou en contenant métallique), pour le marché de détail, est considéré par l'industrie comme un sirop ayant subi une deuxième transformation, au même titre que les produits dérivés du sirop d'érable tels que la tire, le beurre, la gelée et le sucre d'érable. Quant aux produits pour lesquels le sirop d'érable et ses produits dérivés servent d'ingrédients, ils sont considérés comme des produits de troisième transformation (tarte au sirop d'érable, crème glacée avec flocons de sucre d'érable, gâteau avec sirop d'érable, sucre d'érable artisanal, etc.).

4.1 Caractéristiques structurelles de la transformation

À partir de l'information trouvée dans la Banque d'information industrielle du Centre de recherche industrielle du Québec (CRIQ) et/ou dans le Répertoire des exportateurs de produits alimentaires québécois (Club Export agroalimentaire) et à la suite de nombreux entretiens téléphoniques auprès des entreprises industrielles, il a été possible de faire le constat qualitatif suivant.

L'industrie de la transformation acéricole se caractérise à la fois par un grand nombre d'entreprises de petite taille difficilement quantifiables et la présence, en nombre restreint, d'entreprises industrielles. Cependant, les quantités utilisées demeurent jusqu'à maintenant relativement modestes, et ce, en raison du prix du sirop d'érable dont les coûts de production sont structurellement plus élevés que les coûts de production des autres agents sucrants. Le coût plus élevé de la matière première freine, en grande partie, la pénétration de nouveaux marchés pour les produits transformés.

ENTREPRISES DE PETITE TAILLE

Il y a deux types d'entreprises de petite taille. La première, l'entreprise familiale, regroupe généralement les producteurs acéricoles possédant moins de 3 000 entailles et produisant des produits dérivés (tire, beurre, gelée, sucre d'érable) sur une base saisonnière, pour une clientèle locale. Dispersées sur une grande partie du territoire québécois, plusieurs de ces entreprises ne tirent généralement pas leur revenu principal de la vente des produits de l'érable.

La deuxième, l'entreprise artisanale, est celle qui transforme des produits de l'érable sur une base annuelle pour une clientèle locale et régionale, tout en étant à la recherche de nouveaux marchés. Ces entreprises, de dimension familiale ou de plus grande envergure, offrent généralement sur le marché du sucre d'érable, de la tire d'érable, des cornets, des bonbons, etc. Certaines créent de nouveaux produits tels que des boissons alcoolisées pour répondre à des marchés spécialisés.

ENTREPRISES INDUSTRIELLES

Les entreprises industrielles regroupent celles qui ont comme activité le conditionnement du sirop d'érable, les entreprises spécialisées dans la fabrication de produits dérivés du sirop d'érable et les entreprises manufacturières de produits alimentaires utilisant comme ingrédient le sirop d'érable ou ses produits dérivés.

Dans cette catégorie, on trouve les entreprises spécialisées dans le conditionnement du sirop d'érable destiné au marché de détail. Elles desservent le marché canadien et le marché d'exportation.

Il y a également les industries qui procèdent aux activités de deuxième et troisième transformation. Celles-ci transforment des produits de l'érable sur une base annuelle, pour une clientèle locale, régionale, provinciale, nationale, voire internationale. Elles possèdent une capacité de production importante. Certaines recherchent activement de nouveaux marchés et consacrent des efforts particuliers à la mise au point de nouveaux produits. La majeure partie de leur production est écoulée sur les marchés d'exportation.

Plusieurs entreprises industrielles vendent également leur sirop d'érable et certains produits transformés sur les marchés québécois et ontariens et, en quantité moindre, dans l'Ouest du pays.

4.2 Portrait de l'industrie de la transformation

Outre les milliers de producteurs acéricoles, on dénombre, parmi la centaine d'entreprises acheteuses et transformatrices de sirop d'érable au Québec, une quarantaine d'entreprises qui transforment sur une base annuelle et à plus grande échelle.

Industrie de la deuxième transformation

Une quarantaine d'entreprises constitue le noyau dur de l'industrie de la transformation du sirop d'érable au Québec, incluant un grand nombre d'entreprises qui ne font que du conditionnement. Environ 60 % des entreprises sont de catégorie industrielle et 40 % de catégorie artisanale. Cette industrie de la transformation est répartie dans neuf régions du Québec et génère environ 400 emplois directs. Les entreprises de transformation sont des PME dont la taille, eu égard au nombre d'employés, se répartit comme suit : 64 % (entre 1 et 10 employés), 31 % (entre 11 et 30 employés) et 5 % (entre 31 et 50 employés).

Seulement 18 % des entreprises exercent leurs activités dans le cadre d'un programme de qualité reconnu (HACCP et/ou ISO 9002). Environ 36 % des entreprises effectuent de la recherche et développement selon les renseignements fournis par les dirigeants. Quant à la capacité de production de cette industrie, nous ne disposons, pour l'instant, d'aucune information à ce sujet.

Industrie de la troisième transformation

Outre la quarantaine d'entreprises à l'étude, constituant le noyau dur de l'industrie des produits de deuxième transformation, on estime qu'il existe approximativement une dizaine d'entreprises québécoises, en aval, qui interviennent, de façon industrielle et sur une base annuelle dans la fabrication de produits de troisième transformation, à savoir les boissons, les pâtisseries, les biscuiteries, les confiseries, les mets préparés, les entreprises de crème glacée et les charcuteries incorporant comme ingrédient soit du sirop d'érable, du sucre d'érable, du beurre d'érable ou de la gelée d'érable. Toutefois, nous ne disposons pas d'informations statistiques liées à ces entreprises, notamment les données imputables aux produits incorporant du sirop d'érable ou ses dérivés.

Néanmoins, nous pouvons estimer que le volume actuel utilisé par le marché alimentaire industriel québécois est plutôt modeste, se situant entre 0,22 million et 0,4 million de livres, soit moins de 1 % de la production totale du sirop d'érable en 2001. Par contre, ce marché présente un volume d'utilisation potentiel très important à la lumière des diverses applications du sirop d'érable et ses produits dérivés dans les produits alimentaires industriels de niche (haut de gamme), tels que les céréales biologiques consommées au déjeuner, les pâtisseries, les biscuits et les confiseries.

4.3 Livraisons

Si on considère le sirop d'érable conditionné pour le marché de détail comme un produit de deuxième transformation, incluant le sirop conditionné et les produits dérivés vendus chez les milliers de producteurs acéricoles et estimés à près de 9,7 millions de livres, la quantité totale de sirop d'érable transformé et livré, en 2001, était évaluée à 44,7 millions de livres. Cette quantité totale transformée équivaut à 72 % de la production québécoise de sirop d'érable. Et la valeur de la vente des produits acéricoles québécois de deuxième transformation est évaluée à environ 130 à 150 millions de dollars en 2001.

En 2001, la quantité de sirop d'érable conditionné était estimée à 43 millions de livres, soit à 96 % du total de la transformation acéricole. De cette quantité, la proportion exportée était de 79 %, soit 25,8 millions de livres. Quant aux produits dérivés du sirop d'érable, à plus haute valeur ajoutée, tels que la tire, le sucre et le beurre, sous divers formats, ceux-ci totalisaient, en 2001, une quantité estimée de 1,8 million de livres, soit 4 % de la quantité transformée et 3 % de l'utilisation de la production québécoise de sirop d'érable.

4.4 Marchés des produits transformés

Les marchés géographiques desservis par l'industrie québécoise de la deuxième transformation étaient, en 2001, par ordre d'importance, en termes de quantité de produits transformés vendus : les États-Unis (58 %), le Canada et principalement le Québec (24 %), l'Allemagne (5 %), le Japon (4 %), le Royaume-Uni (3 %), la France (2 %), et certains autres pays d'Europe, d'Asie, du Moyen-Orient, des Amériques et de l'Océanie (4 %). Environ 64 % des quarante entreprises québécoises à l'étude exportent, en partie ou en totalité, leurs produits. La plupart d'entre elles livrent aux États-Unis (65 % préemballés et 35 % en vrac), soit à des distributeurs comme Spring Tree Corporation, qui est le plus gros distributeur (grossiste) de sirop embouteillé au monde, ou directement à des détaillants tels que les marchés d'alimentation. Les exportations de sirop d'érable, autres que celles réalisées aux États-Unis, sont approximativement réalisées à 90 % préemballées pour le marché de détail.

4.5 Constats

- ⇨ Dans le secteur de la transformation, il existe très peu d'information sur les capacités de transformation et les marchés qui y sont reliés qui permettrait à l'industrie de bien évaluer son potentiel de développement. Il devient donc urgent pour l'industrie, qui se situe à un stade préliminaire de son développement, de se doter d'enquêtes statistiques et d'études d'opportunité visant la transformation afin de pouvoir prendre des décisions éclairées.

- ⇨ L'avenir à moyen terme de l'industrie de la deuxième transformation tend encore vers le conditionnement d'une plus grande proportion de sirop d'érable pour le marché de détail. Par ailleurs, la stagnation de la fabrication des produits dérivés, à plus haute valeur ajoutée, tels que le sucre, le beurre, la tire d'érable et autres semble vouloir se maintenir pour les prochaines années.

- ⇨ À elle seule, la transformation ne peut résoudre la problématique des surplus. Toutefois, les entreprises à valeur ajoutée sont créatrices d'emplois plus que le secteur primaire. Dans cette optique, l'industrie doit favoriser le développement de nouveaux produits, faciliter le développement, en décrétant des prix pour le sirop industriel, et encourager le traitement de la portion (35 %) du sirop vendu en vrac aux Américains.

- ⇨ Pour accroître la demande pour des produits dérivés et continuer de développer des nouveaux marchés pour le sirop d'érable conditionné, il faudrait que les acteurs de l'industrie intensifient considérablement les campagnes promotionnelles axées sur les avantages distinctifs des produits de l'érable en les adaptant aux caractéristiques des clientèles visées (consommateurs, marchés industriels, HRI).

- ⇨ Quant aux produits de troisième transformation, ils sont fabriqués principalement par les industries dans divers secteurs alimentaires où sont utilisés le sirop d'érable et ses produits dérivés comme intrants. Le développement du marché alimentaire industriel passe, avant tout, par :

  - le ciblage des entreprises positionnées dans des produits alimentaires de niche (créneau haut de gamme) où les valeurs intrinsèques du sirop d'érable et ses produits dérivés (entièrement naturel, sans OGM, moins caloriques que le sucre de canne et le miel, etc.) leurs confèrent des avantages distinctifs justifiant des prix plus élevés. La notion de rareté peut être également un élément contribuant à justifier, pour les produits de l'érable, des prix plus élevés que les prix des produits substituts;

  - la création de mesures d'encouragement (escompte, etc.) visant à inciter les industriels à utiliser le sirop d'érable comme intrant dans leurs produits.

  - l'assurance de l'approvisionnement des marchés visés;

  - la stabilité des prix offerte aux clients en raison de l'incidence significative de cet élément sur leurs marges bénéficiaires brutes.

5. LA RECHERCHE EN ACÉRICULTURE ET SUR LES PRODUITS DE L'ÉRABLE

5.1 Centre ACER

Le Centre de recherche, de développement et de transfert technologique acéricole inc. (Centre ACER) regroupe la majeure partie des ressources intéressées à la recherche dans le domaine acéricole au Québec.

Le gouvernement provincial appuie financièrement une large part des activités du Centre ACER. Pour l'année 2001, le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec a versé à l'organisme une subvention de 691 607 $. Le ministère des Ressources naturelles y a investi, pour sa part, 40 000 $. Ce dernier effectue également certaines activités de recherche au sein de son ministère. Le secteur privé, notamment la Fédération des producteurs acéricoles, la Coopérative Citadelle, l'Institut québécois de l'érable et Les manufacturiers d'équipements acéricoles, a investi un montant totalisant 215 000 $ en 2001.

Les principales activités de recherche touchent le maillon de la production. La recherche au niveau de la transformation du sirop d'érable en produits élaborés ou à valeur ajoutée y est moins active. Le Tableau 11 décrit une intensification notable des efforts de recherche touchant la chimie de l'érable et une légère réduction de l'intensité des activités se rapportant à la physiologie de l'entaille.

Tableau 11 : **Dépenses de R-D au Centre ACER selon les secteurs**

	1999		2000		2001	
	(%)	($)	(%)	($)	(%)	($)
Physiologie de l'entaille	29	246 998	25	238 208	21	224 460
Régie de l'exploitation	27	229 964	26	247 736	26	266 785
Chimie de l'érable	21	178 861	23	212 151	32	328 811
Microbiologie de l'érable	23	195 894	26	247 736	21	224 588

Sources : Rapport annuel, Centre ACER, 2001.
MAPAQ, Direction de la recherche économique.

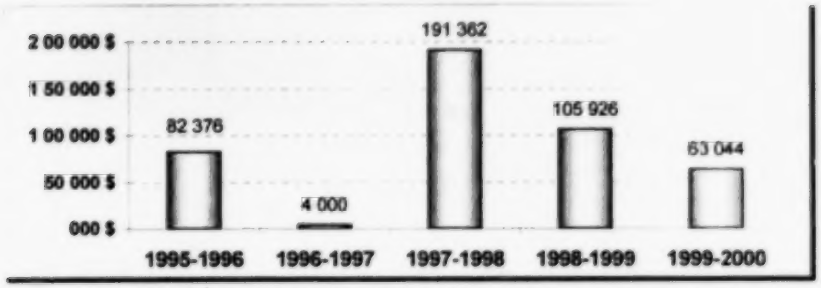
5.2 Recherche universitaire

Les universités québécoises font également de la recherche acéricole. Entre 1995 et 2000, ce sont l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal qui ont été les plus actives. Les autres universités qui se sont intéressées ou s'intéressent à ce secteur d'activité sont McGill et Concordia, de même que l'Université du Québec à Rimouski.

Durant la période de 1995 à 2000, on a consacré au total 446 700 $ à des activités de recherche universitaire dans le secteur acéricole. Le Graphique 6 montre que le financement en recherche acéricole affiche une baisse de 23,5 % depuis 1995. Seule l'année 1997-1998 se démarque grâce à une subvention majeure frôlant les 150 000 $ accordée à l'Université du Québec à Montréal pour un projet sur la modélisation des facteurs affectant les érables, leur croissance et leur survie.

Graphique 6

Évolution des investissements dans la recherche universitaire
Secteur acéricole



Sources : - Ministère de l'Éducation du Québec, Système d'information sur la recherche universitaire (SIRU), 2000.
- MAPAQ, Direction de la recherche économique.

Le Tableau 12 indique que sur 12 projets réalisés dans les universités entre 1995 et 2000, un seul a porté sur le volet transformation du sirop et deux projets ont exploré le thème de la commercialisation du sirop. Tous les autres (63 %) étaient liés au secteur de la production acéricole et traitaient de la gestion de l'érablière, l'érable et la physiologie de l'entaille.

Tableau 12 : **Effort sectoriel de la recherche universitaire de 1995 à 2000**

Discipline	Nombre de projets	Montant ($)	Répartition des sommes (%)
Production	8	282 232	63
Transformation	2	71 376	16
Commercialisation	2	93 100	21
Total	**12**	**446 708**	**100**

Sources : - Ministère de l'Éducation du Québec, Système d'information sur la recherche universitaire (SIRU), 2000.
- MAPAQ, Direction de la recherche économique.

5.3 Recherche par le gouvernement fédéral

Sur le territoire québécois, se trouve le principal centre de recherche d'Agriculture et Agroalimentaire Canada qui s'intéresse à la transformation des aliments, soit le Centre de recherche et de développement sur les aliments de Saint-Hyacinthe (CRDA). Historiquement, ce centre s'est peu intéressé à la recherche acéricole. Il participe toutefois, depuis 2000, à un projet d'envergure touchant la caractérisation des saveurs de sirop en collaboration avec le Centre ACER.

5.4 Recherche par le secteur privé

Le secteur privé finance également certains travaux de recherche. Malheureusement, il existe peu d'information sur les projets réalisés et les investissements consentis. On sait que dans le cadre de son programme de partage des frais à l'investissement en recherche et développement, le gouvernement fédéral a financé quelques projets conjointement avec l'industrie acéricole. Toutefois, certains centres collégiaux de transfert de technologies, notamment CINTECH Agroalimentaire, peuvent mener des activités de recherche appliquée par l'entremise d'ententes contractuelles avec les entreprises privées.

Concernant le secteur privé, mis à part les sommes investies dans le Centre ACER, il n'y a que seize entreprises exerçant des activités dans la fabrication du sirop et des produits de l'érable, sur 41 au total, inscrites au répertoire du Centre de recherche industriel du Québec (CRIQ) qui déclarent mener des activités de recherche et développement.

5.5 Recherche nord-américaine

Sur l'échiquier mondial, le Québec est, de loin, la province canadienne où l'effort de recherche est le plus intense dans le secteur acéricole. Toutefois, d'autres provinces canadiennes ont participé ou participent aussi à quelques projets. C'est le cas de la Saskatchewan qui, de 1995 à 2000, a étudié dans un des centres de recherche d'Agriculture et Agroalimentaire Canada les facteurs environnementaux affectant la production d'eau d'érable, la qualité du sirop et les techniques de production. Le Collège Alfred de l'Université de Guelph en Ontario réalise actuellement un projet sur une nouvelle tubulure aux propriétés anti-microbiennes pour la collecte d'eau d'érable. Finalement, dans l'État du Vermont, se trouve un autre centre de recherche spécialisé en acériculture : le *Proctor Maple Research Center.* Le gouvernement ontarien a d'ailleurs réalisé quelques projets de recherche en acériculture en partenariat avec cet établissement. Comme le Centre ACER, ce dernier s'intéresse principalement à la recherche touchant la physiologie de l'érable et son rendement en eau.

5.6 Constats

À l'échelle canadienne, et même mondiale, le Québec est bien positionné en termes de capacités de R-D en raison de la présence du Centre ACER sur son territoire. Malgré cette force vive, le secteur semble éprouver de la difficulté à déployer tout son potentiel.

Connaissant la problématique du surplus de sirop et compte tenu qu'il y a très peu de projets sur la conservation et la transformation des produits de l'érable, l'industrie devrait consacrer une partie des efforts de R-D à développer des produits diversifiés et à forte valeur ajoutée. À ce sujet, le CRDA et CINTECH Agroalimentaire pourraient être davantage sollicités à titre de partenaires pour développer des produits novateurs.

6. FILIÈRE ACÉRICOLE

La filière acéricole est en activité depuis novembre 1995. Ses membres proviennent des secteurs de la production, de la transformation, de la commercialisation, de la distribution, des fabricants d'équipement, de la restauration, de la promotion et des gouvernements.

Les discussions, les travaux et les enjeux du plan stratégique de la filière rejoignent en partie les éléments traités dans la présente analyse de l'industrie acéricole.

La filière acéricole a toujours été très active. Malheureusement, depuis 1999, l'industrie acéricole connaît certains malaises qui se ressentent lors des rencontres de la filière, provoquant un désintérêt et un essoufflement des représentants de certains maillons du secteur. Par conséquent, lors de la dernière rencontre de la filière, tenue le 11 décembre 2001, les membres se sont entendus pour tenir une journée de réflexion afin d'évaluer les possibilités de redonner un deuxième souffle à cette tribune volontaire. Dans ce contexte, une tournée a été entreprise auprès de tous les membres afin d'amorcer une première étape qui sera suivie d'une journée de réflexion qui se tiendra à l'automne 2002.

Toutefois, le succès de la reprise des travaux dépendra grandement d'une volonté renouvelée des membres de se doter d'une vision commune, de travailler en concertation et de réaliser des projets communs qui apporteraient des bénéfices à chacun des maillons de cette industrie. Cela représente un grand défi, soit l'établissement d'une réelle confiance mutuelle et le partage des responsabilités qui s'avèrent des préalables.

6.1 Les constats

Le secteur dispose d'un outil privilégié pour coordonner, à partir d'une vision commune, ses actions en vue de favoriser le développement des marchés et du secteur. Il s'agit de la filière acéricole. Il n'en tient maintenant qu'à ses membres d'y créer le climat de confiance nécessaire afin d'en tirer le maximum de bénéfices.

Plusieurs des constats de la présente monographie pourraient être réalisés dans le cadre de la filière. Que l'on pense aux enquêtes dans le secteur de la transformation, aux études de perception des consommateurs, aux études d'opportunité de marché, aux actions concertées pour assurer la qualité du produit et orienter la promotion, etc.

BIBLIOGRAPHIE

DOCUMENTS DE CONSULTATION D'ASSEMBLÉES ET COLLOQUES

- Fédération des producteurs acéricoles du Québec, Assemblée générale annuelle de la fédération des producteurs acéricoles du Québec, 2001.

DOCUMENTS

- Groupe Mallette et Maheu, Plan de promotion des produits de l'érable, Rapport final, Sainte-Foy, mai 1994.
- Loi et règlements sur les produits de l'érable.
- Club Export agroalimentaire du Québec, Répertoire des exportateurs de produits alimentaires et agricoles québécois, 2001.
- Centre de recherche industrielle du Québec (CRIQ), Banque d'information industrielle.
- Situation et tendances en 2001-2002, Direction générale des services à l'industrie et aux marchés, Agriculture et Agroalimentaire Canada.
- Les produits canadiens de l'érable : situation et tendances en 2001-2002, Agriculture et agroalimentaire Canada, avril 2002.
- Fiches d'enregistrements des exploitations agricoles 1997 et 2000, ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation Québec.
- Statistique Canada, Enquêtes sur les dépenses alimentaires des familles au Canada, Catalogue 62-554.
- Statistique Canada, Statistiques sur les aliments au Canada, Catalogue 23-001.
- Statistique Canada, Commerce international canadien des marchandises, Catalogue 65-001
- Statistique Canada, Recettes monétaires agricoles, Catalogue 21-001.
- National Agricultural Statistics Service, USDA, Bureau of the Census, U.S. Dept. of Commerce.

SITE WEB

- Economic research service of U.S. Department of Agriculture, http://www.ers.usda.gov/data
- Agriculture et Agroalimentaire Canada, http://www.agr.ca

Annexes

Exportation par province productrice
(en milliers de livres)

	1997	1998	1999	2000	2001
Île-du-Prince-Édouard	257	42	0	416	610
Nouvelle-Écosse	0	10	0	22	50
Nouveau-Brunswick	612	890	762	589	2 593
Québec	44 638	46 117	47 950	49 499	49 226
Ontario	4 436	3 959	3 565	5 100	7 964
Manitoba	0	44	57	50	88
Saskatchewan	0	0	0	23	0
Alberta	0	0	8	0	0
Colombie-Britannique.	349	293	444	436	494
CANADA	50 292	51 355	52 786	56 135	61 025

Sources : - Statistique Canada, Exportations.
- MAPAQ, Direction de la recherche économique.

Destination des exportations des produits de l'érable du Québec
(en milliers de livres)
(année civile)

	1997	1998	1999	2000	2001
États-Unis	35 160	36 260	39 349	39 275	39 848
Allemagne	2 891	3 095	2 938	4 218	2 653
Japon	1 375	1 645	1 206	1 071	1 897
Royaume-Uni	930	1 311	997	1 157	1 290
France	1 028	1 360	790	1 046	1 035
Australie	326	369	429	556	516
Pays-Bas	771	973	859	352	453
Suède	44	55	39	52	0
Taiwan	612	27	12	14	110
Autriche	9	131	40	44	72
Belgique	122	136	165	517	41
Suisse	230	137	357	464	540
Danemark	136	288	319	370	447
Italie	96	84	65	94	43
Finlande	48	44	168	46	0
Autres pays	178	132	170	162	281
Total	43 956	46 047	47 903	49 438	49 226

Sources : - Statistique Canada, Exportations.
- MAPAQ, Direction de la recherche économique.

Exploitations déclarant des entailles au Québec
Par région administrative

RÉGIONS ADMINISTRATIVES	1998	1999	2000	2001
Bas-Saint-Laurent–Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine	693	771	715	679
Chaudière-Appalaches	3 538	3 622	3 283	3 504
Mauricie, Centre-du-Québec	1 030	1 069	995	1 031
Estrie	826	865	841	840
Montérégie	626	753	678	711
Laurentides	287	303	257	287
Outaouais-Abitibi-Témiscamingue	144	154	147	153
Montréal, Laval, Lanaudière	305	316	292	300
Saguenay–Lac-Saint-Jean–Québec, Côte-Nord	455	467	458	461
Total Québec	**7 904**	**8 320**	**7 666**	**7 966**

Sources: - GREPA Consultants en agroalimentaire.
- MAPAQ, Direction de la recherche économique.

Nombre d'entailles exploitées au Québec
Par région administrative

Régions administratives	1998	1999	2000	2001
Chaudière-Appalaches	12 309 307	12 829 504	12 186 917	14 103 268
Bas-Saint-Laurent–Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	4 413 468	4 523 779	5 519 788	5 426 834
Estrie	4 020 915	3 666 737	4 343 090	4 386 961
Mauricie–Centre-du-Québec	3 271 493	3 398 357	3 681 437	3 184 609
Montérégie	1 523 541	1 821 958	1 982 882	1 917 265
Saguenay–Lac-Saint-Jean–Québec–Côte-Nord	1 228 057	1 238 095	1 917 185	1 592 304
Laurentides	933 115	877 946	1 043 690	1 046 371
Outaouais–Abitibi-Témiscamingue	237 683	230 295	262 653	227 472
Montréal-Laval-Lanaudière	660 094	607 002	666 301	594 677
Total	**28 597 673**	**29 193 673**	**31 603 943**	**32 479 961**

E) : Estimation

Sources: - GREPA Consultants en agroalimentaire.
- MAPAQ, Direction de la recherche économique.

Répartition des entreprises déclarant des entailles au Québec
Par strate d'entailles

Année	Entailles							
	De 1 à 2 999	De 3 000 à 5 999	De 6 000 à 9 999	De 10 000 à 15 999	De 16 000 à 29 999	30 000 et plus	Nombre moyen d'entailles	TOTAL
1995	4 553	1 512	428	163	62	17	2 805	6 735
1997	3 942	1 535	536	256	126	44	3 579	6 439
2000	3 177	1 554	720	411	221	92	4 831	6 175

Sources : - MAPAQ, Fiche d'enregistrement des exploitations agricoles.
- MAPAQ, Direction de la recherche économique.

Régionalisation des entreprises déclarant des entailles au Québec en 2000
Par région administrative

RÉGIONS	ENTAILLES							
	De 1 à 2 999	De 3 000 à 5 999	De 6 000 à 9 999	De 10 000 à 15 999	De 16 000 à 29 999	30 000 et plus	N^bre moyen d'entailles	TOTAL
Bas-Saint-Laurent (01)	137	89	85	83	62	41	10 633	497
Saguenay (02) Lac-Saint-Jean (09)	2	—	—	—	—	—	1 600	2
Québec (03)	180	32	14	12	8	6	4 413	252
Mauricie (04)	82	8	9	8	2	1	3 073	110
Estrie (05)	332	231	121	69	45	17	6 147	815
Outaouais (07)	54	10	4	4	1	1	3 062	74
Abitibi-Témicasmingue (08)	3	2		2			5 536	7
Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine (11)	8	4	1	1	5	1	11 531	20
Chaudière-Appalaches (12)	1 255	742	328	152	73	16	4 415	2 566
Montréal-Laval-Lanaudière (06-13-14)	153	32	12	7	2	1	3 061	207
Laurentides (15)	141	46	23	15	8	3	4 312	236
Montérégie (16)	491	129	45	17	6	4	2 729	692
Centre-du-Québec (17)	339	229	78	41	9	1	3 898	697
Total Québec	**3 177**	**1 554**	**720**	**411**	**221**	**92**	**4 831**	**6 175**

Sources : - MAPAQ, Fiche d'enregistrement des exploitations agricoles.
- MAPAQ, Direction de la recherche économique.

Rendement moyen par entaille, région administrative
(en livres par entaille)

RÉGIONS	1998	1999	2000	2001[1]
Bas-Saint-Laurent-Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine	2,47	2,38	3,32	1,94
Saguenay–Lac-Saint-Jean, Québec	1,96	2,27	3,13	2,17
Mauricie–Centre-du-Québec	1,99	2,42	2,72	1,94
Estrie	1,95	2,58	2,91	1,91
Montréal-Laval-Lanaudière	1,43	1,78	2,32	1,66
Outaouais-Abitibi-Témiscamingue	1,79	1,99	2,08	1,63
Chaudière-Appalaches	1,92	2,37	2,78	1,87
Laurentides	1,75	2,16	2,79	1,89
Montérégie	1,73	1,98	2,62	1,80
Rendement moyen	**1,99**	**2,35**	**2,88**	**1,90**

E : Estimation

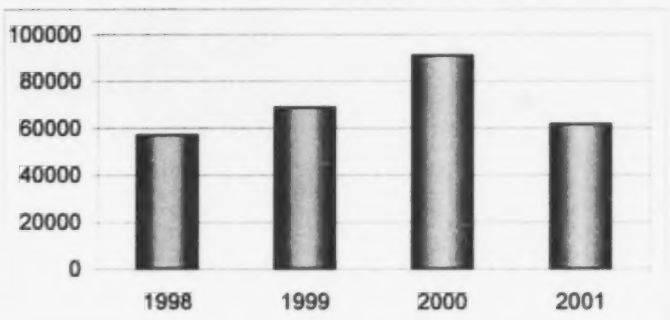
Sources : - GREPA Consultants en agroalimentaire.
- MAPAQ, Direction de la recherche économique.

Volume total de sirop d'érable produit par région administrative
(en livres)

Région	1998	1999	2000[E]	2001[E]
Chaudière-Appalaches	23 655 871	30 428 575	33 869 969	26 734 737
Bas-Saint-Laurent–Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	10 897 105	10 754 583	18 300 709	10 716 662
Estrie	7 860 445	9 455 596	12 655 714	8 524 005
Mauricie–Centre-du-Québec	6 494 244	8 236 542	10 015 314	6 165 678
Montérégie	2 640 122	3 609 949	5 189 753	3 452 779
Saguenay–Lac-Saint-Jean–Québec–Côte-Nord	2 411 843	2 813 569	6 009 188	3 452 779
Laurentides	629 173	1 896 461	2 913 546	1 973 017
Outaouais–Abitibi-Témiscamingue	425 139	457 212	546 291	369 941
Montréal-Laval-Lanaudière	946 387	1 078 507	1 547 821	986 508
TOTAL	**56 960 326**	**68 730 994**	**91 048 305**	**62 375 000**

E : Estimation

Volume total en milliers de livres



Sources : - GREPA Consultants en agroalimentaire.
- Statistiques sur la classification du sirop en grands contenants, RCPEQ.
- MAPAQ, Direction de la recherche économique.

Description	Répartition des entreprises déclarant des entailles selon le % de revenu, au Québec					
	1997		2000		Variation 1997 c. 2000	
	Nombre d'entreprises	*Nombre d'entailles*	*Nombre d'entreprises*	*Nombre d'entailles*	*Nombre d'entreprises*	*Nombre d'entailles*
Revenu principal						
Revenu = 34 %	2 188	14 326 670	2 701	21 472 971	19 %	33 %
Revenu = 50 %	2 125	14 141 390	2 645	21 215 630	20 %	33 %
Revenu = 75 %	1 741	12 269 872	2 248	19 170 197	23 %	36 %
Total	**6 468**	**23 046 650**	**6 293**	**29 823 980**	**-3 %**	**23 %**

Source :- MAPAQ, Fiche d'enregistrement des exploitations agricoles.

Production mondiale
(en milliers de livres)

Annee	Quebec		Autres provinces		Etats-Unis		TOTAL
	Livres	%	Livres	%	Livres	%	
1997	58 035	75,3	4 706	6,1	14 364	18,6	77 105
1998	56 960	76,9	4 319	5,8	12 825	17,3	74 104
1999	68 730	79,2	5 176	5,9	13 060	14,9	86 966
2000[E]	91 048	82,3	5 994	5,4	13 615	12,3	110 657
2001[E]	62 375	79,6	4 450	5,7	11 571	14,7	78 396

E: Estimation

Sources : - New England Agricultural Statistics Service, USDA
- Statistique Canada.
- MAPAQ, Direction de la recherche économique.